

ÖRV-Serie „Qualitäts-Offensive im Reisebüro“

1. Teil: Was ist ein guter Mitarbeiter?

Wie Touristiker ihre Stärken bestmöglich ausspielen und dem Kunden Mehrwert gegenüber „Do it yourself“-Buchungen im Web bieten

In Zeiten der Digitalisierung und des Wandels von Kundenbedürfnissen fällt den Tourismus-Experten im Reisebüro mehr denn je eine enorm wichtige Rolle zu: als Navigator durch ein schier unüberschaubares Online-Angebot an Flügen, Hotels und Erlebnissen. Als kompetenter Berater bei der individuellen, maßgeschneiderten sowie Zeit und Ressourcen schonenden Urlaubsplanung. Als Vermittler von touristischen Paketen, bei denen neben dem Kostenfaktor auch Aspekte der Sicherheit, Erholung, Entspannung und Nachhaltigkeit berücksichtigt werden. Als verlässlicher Begleiter, der vor, während und nach der Reise mit Knowhow, Service und Unterstützung auch bei Notfällen, Problemen und Pannen zur Verfügung steht.

Um diesen USP und Mehrwert gegenüber Online-Anbietern ohne entsprechendes Knowhow noch besser ausspielen zu können, bedarf es einer umfassenden Qualitäts-Offensive im stationären Vertrieb (inklusive dessen Online-Aktivitäten). In dieser Serie geben ÖRV-Experten wertvolle Anregungen, wie die Leistungen im Reisebüro gestärkt, dem Kunden besser kommuniziert und damit auch entsprechend honoriert werden können:

Was ist ein guter Mitarbeiter?

Egal ob in Top-Innenstadt-Lage mit betuchter Laufkundschaft, in einer weniger frequentierten Seitengasse oder in einem kleinen Ort: Jedes Reisebüro ist nur so gut wie seine Mitarbeiter. Daher beginnt jede Erfolgsstory im stationären Vertrieb mit der Rekrutierung geeigneter Mitarbeiter.

Eva Schlögl, Geschäftsführerin des Bretanide Resorts von Gruber Reisen in Kroatien fasst im ersten Teil der ÖRV-Serie die wichtigsten Kriterien für einen guten Reisebüromitarbeiter zusammen:

Voraussetzungen für eine gute Service- und Beratungsqualität

„Damit ein Mitarbeiter eine hervorragende Service- und Beratungsqualität leisten kann, genügt es nicht nur fachliche und soziale Kompetenzen zu haben, er muss auch mit den entsprechenden Werkzeugen und Tools ausgestattet sein und diese auch einwandfrei beherrschen“, betont Eva Schlögl.

Destinationskenntnisse und technisches Knowhow sind ebenso Voraussetzung wie eine gewinnende Persönlichkeit, selbstbewusstes und freundliches Auftreten gegenüber Kunden, Kollegen und Geschäftspartnern, aber auch gute Kenntnisse in der Anwendung von Kundenverwaltungsprogrammen, Wissensdatenbanken, Webinaren etc.

Motivation, Spaß am Job und Empathie

„Genauso wichtig ist aber auch die Freude des Mitarbeiters am Job“, sagt Eva Schlögl. „Mitarbeiter mit einem gewinnenden Lächeln, die sich empathisch auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden einstellen können, sind klar im Vorteil.“

Ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft und Motivation zur stetigen Weiterbildung sind ebenfalls Voraussetzung. Geschäftsführerin Eva Schlögl plädiert dafür, den Mitarbeitern nicht nur Schulungsmaßnahmen für fachliche Reisebüro-Kompetenz anzubieten, sondern auch Weiterbildung in Sachen Persönlichkeitsentwicklung zu forcieren – etwa Kommunikationstraining, Verkaufsseminare, Zeitmanagement etc.

(Anregungen für gezielte Weiterbildungs-Strategien im Reisebüro lesen Sie in einer der nächsten Folgen dieser Serie.)

Pflichten des Arbeitgebers

Geschäftsführerin Eva Schlögl nimmt aber auch Filialleiter und Reisebüro-Geschäftsführer in die Pflicht: „Nur ein zufriedener und motivierter Mitarbeiter ist ein richtig guter Mitarbeiter.“ Daher sei es unerlässlich, für eine gute Entlohnung, Motivationssysteme und entsprechende Entwicklungs-Perspektiven für die Mitarbeiter zu sorgen. „Wichtig ist es auch, auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter einzugehen – etwa mit flexiblen Arbeitszeiten, Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder einer ausgewogenen Work-Life-Balance.“ Je höher die Mitarbeiterzufriedenheit, desto höher die Kundenzufriedenheit, betont Eva Schlögl.

Das erfahren Sie in den weiteren Folgen unserer Serie:

2. Teil – Kundengespräch mit Orientierung am Mehrwert
3. Teil – Wie Sie neue Top-Mitarbeiter für das Reisebüro gewinnen
4. Teil – Lernen im Reisebüro-Alltag: Das 70/20/10-Modell
5. Teil – Social Media im Reisebüro
6. Teil – Gute Argumente für das Beratungshonorar und die kundenfreundliche Umsetzung
7. Teil – Der Mehrwert des Reisebüros im Überblick